



Master universitario di I livello in Retail, Brand and Digital Management

scheda allegata al bando per l'ammissione ai corsi per master universitario
anno accademico 2025/2026

Istituito ai sensi del D.M. 22/10/2004 n. 270, realizzato ai sensi dell'art. 8 del Regolamento Didattico di Ateneo e del Regolamento Master Universitari e Formazione finalizzata e permanente (pubblicato al link <https://www.unipr.it/documenti/regolamento-master-universitari-e-formazione-finalizzata-e-permanente>) sulla base della deliberazione del Senato Accademico 20-04-2023/46 e del Consiglio di Amministrazione 20-04-2023/189

Informazioni didattiche	Dipartimento proponente: Scienze Economiche e Aziendali Nome Presidente: Prof. Davide Pellegrini Contatti per informazioni didattiche: davide.pellegrini@unipr.it 0521-902011 - retail@unipr.it
Durata	Annuale
Ambito	Attività Imprenditoriali e Commerciali
Periodo di inizio delle attività didattiche del Corso	Novembre 2025
Sede	Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali
Modalità di erogazione delle attività formative	Le attività didattiche del Master saranno erogate in presenza
Sito web del corso	www.retail-master.com
Credi formativi universitari rilasciati	60

Modalità di frequenza e percentuale minima richiesta

Da lunedì a venerdì dalle ore 9.00 alle ore 18.00. Frequenza 80% didattica frontale e stage.

Modalità di accesso: Prova di selezione per titoli ed esami: colloquio conoscitivo-motivazionale e test scritti di logica verbale e numerica anche per via telematica.

Profilo professionale che il corso intende formare

Il Master si propone di formare una nuova generazione di manager altamente qualificati per le imprese distributive e industriali, con una profonda conoscenza e competenza della filiera dei beni di largo consumo. Il programma affronta in modo completo l'intera catena del valore aziendale, includendo tematiche chiave come il sales management, lo space management, il data management, la supply chain, il multi-channel management e, in particolare, il digital marketing. Attraverso un approccio interdisciplinare e orientato al mercato, il Master fornisce gli strumenti per comprendere e gestire le dinamiche dell'impresa moderna, con un focus mirato sull'evoluzione digitale. In particolare, vengono analizzati gli impatti strategici dell'e-commerce, della comunicazione digitale e delle strategie di marketing omnicanale, che oggi trasformano radicalmente le relazioni lungo l'intera filiera. Una sezione specifica è dedicata all'approfondimento sull'Intelligenza Artificiale (AI), con l'obiettivo di fornire competenze concrete sull'utilizzo delle tecnologie di AI nei processi decisionali, nell'analisi predittiva dei dati e nella



personalizzazione dell'offerta al consumatore. I partecipanti esploreranno le applicazioni dell'AI nel marketing, nella gestione della domanda, nell'ottimizzazione della supply chain e nella customer experience, con esempi pratici e strumenti di ultima generazione. Questo modulo permette di comprendere le potenzialità trasformative dell'AI all'interno della filiera dei beni di consumo, preparando i futuri manager a guidare l'innovazione in un contesto sempre più guidato dai dati. I contenuti del percorso sono progettati per offrire una visione approfondita del sistema dei beni di consumo italiano ed europeo, e per esplorare le attività e le responsabilità delle principali funzioni aziendali, con un'attenzione particolare alle sfide e opportunità introdotte dalla trasformazione digitale.

Descrizione dei contenuti e dei moduli formativi

Il master offre un percorso formativo completo e multidisciplinare, finalizzato a fornire una conoscenza approfondita del mercato e del settore del largo consumo, sia in ambito italiano che europeo. Il programma analizza in dettaglio tutte le attività e le responsabilità delle principali funzioni aziendali, lungo l'intera catena del valore delle imprese distributive e industriali, sia food che non food.

Particolare attenzione è riservata alle più attuali strategie di digital marketing, fondamentali per comprendere le dinamiche di comunicazione e vendita nel contesto omnicanale. Gli studenti acquisiranno competenze su strumenti digitali, analisi dei dati, comportamento del consumatore online e gestione delle campagne digitali.

Un modulo specifico è dedicato all'approfondimento dell'intelligenza artificiale (AI) e delle sue applicazioni nel settore del largo consumo. I partecipanti apprenderanno come l'AI sta trasformando le strategie di marketing, la gestione della supply chain, la personalizzazione dell'offerta e l'analisi predittiva del comportamento d'acquisto. Verranno inoltre esplorate le opportunità e le sfide etiche legate all'utilizzo dell'AI, con focus su casi reali e software di ultima generazione. La didattica si caratterizza per un approccio esperienziale: circa il 40% delle ore di aula è dedicato a seminari, store check, testimonianze aziendali e project work. Sono inoltre previste esercitazioni su casi reali, simulazioni manageriali e corsi pratici, in aula o direttamente presso le aziende, sull'utilizzo di software gestionali e strumenti analitici utilizzati nel settore.

Un ulteriore valore aggiunto del master è rappresentato dallo study tour internazionale, che consente ai partecipanti di confrontarsi con i mercati più evoluti a livello globale, visitare punti vendita all'avanguardia e comprendere le differenze culturali e strategiche rispetto al mercato italiano. Il master si avvale di prestigiose collaborazioni internazionali con istituzioni accademiche e realtà aziendali di primo piano, tra cui l'Università di Stirling, l'Università di Edimburgo, la Stern School of Business di New York, la Kellogg School of Management di Chicago e Nielsen (con sedi a Chicago, New York e Shanghai), che possono anche ospitare le attività previste dallo study tour.

Requisiti di accesso:

L'ammissione al Corso è subordinata al superamento di una selezione alla quale possono partecipare coloro che, alla data della selezione sono in possesso di uno dei seguenti titoli di studio:

- laurea conseguita ai sensi del D.M. 509/1999 o del D.M. 270/2004;
- titolo di studio universitario di durata almeno triennale conseguito secondo gli ordinamenti precedenti il D.M. 509/1999;
- titolo rilasciato all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente dal Comitato Esecutivo/Commissione di Ammissione ai soli fini di iscrizione al corso

POSTI A BANDO

Minimo	15
Massimo	30



Apertura delle domande di iscrizione al concorso online	02/07/2025 alle ore 12
Chiusura delle domande di iscrizione al concorso online e termine ultimo pagamento degli oneri di ammissione al master di 30 euro (in nessun caso rimborsabile)	08/10/2025 alle ore 12
Contributo di immatricolazione € 6.516,00 <i>(comprensiva di € 16 per bollo virtuale)</i>	
Prima rata all'atto dell'immatricolazione: € 266,00	
Seconda rata (da pagare entro il 05/12/2025): € 3.250,00 Terza rata (da pagare entro il 12/01/2026): € 3.000,00	
Si precisa che, nel caso in cui il pagamento del contributo di immatricolazione sia effettuato da un'azienda o un Ente in nome e per conto della studentessa/studente il pagamento dovrà avvenire in un'unica soluzione all'atto dell'immatricolazione e comunicato tempestivamente attraverso apposito modulo (MODULO PER PAGAMENTO CONTRIBUTO DA PARTE DI AZIENDA/ENTE) scaricabile al seguente link: https://www.unipr.it/sites/default/files/2025-06/modulo%20per%20pagamento%20contributo%20da%20parte%20di%20azienda-ente.pdf inviato a master.formazionepermanente@unipr.it	
Uditori	
Numero massimo: 2	
Contributo per uditori € 6.500,00 (l'importo è comprensivo dei bolli previsti per legge). Possono essere ammessi come uditori coloro che sono in possesso di diploma di istruzione di secondo grado e che hanno maturato esperienze professionali ritenute congrue agli scopi del master.	
Indirizzo di posta elettronica a cui inviare le domande di ammissione in veste di uditore: retail@unipr.it	
ALLEGATI OBBLIGATORI ALLA DOMANDA ONLINE	
• Autocertificazione del titolo di Accesso scaricata dai sistemi informativi di Ateneo o redatta autonomamente da ciascun candidato; • Nel caso in cui il titolo di Accesso sia stato conseguito all'estero allegare documentazione richiesta da bando all'art. 2) Requisiti di ammissione • Curriculum vitae;	
ALLEGATI FACOLTATIVI ALLA DOMANDA ONLINE	
- Titoli valutabili: voto di laurea, tipologia di laurea, coerenza del percorso formativo con i contenuti del master - Conoscenza delle lingue straniere - Eventuale esperienza lavorativa pregressa - Eventuale modulo per pagamento contributo da parte di azienda/ente - Eventuale modulo prova a distanza	
CALENDARIO DELLE PROVE DI AMMISSIONE	



PROVA per titoli ed esami (colloquio individuale conoscitivo-motivazionale e test logico attitudinale anche in via telematica)

DATA PROVA: 15 e 16 OTTOBRE 2025

ORA: 9.00 -18.00

LUOGO: Campus Centro Santa Elisabetta - Parco Area delle Scienze 93/A, 42124 Parma

Il colloquio in modalità telematica avverrà utilizzando l'applicativo Teams: i candidati per accedervi dovranno caricare l'apposito modulo durante la procedura di iscrizione alla selezione.

Sarà attivata nella data della prova di ammissione, una video call per l'espletamento in remoto del colloquio. I candidati dovranno disporre del collegamento audio e video e procedere all'identificazione esibendo un idoneo documento di identità.

Come garanzia di trasparenza, all'inizio del colloquio di selezione verranno comunicati ai presenti l'elenco e l'orario dei candidati che avranno optato per la modalità in remoto al fine di garantire ai candidati in presenza la possibilità di assistere a tali colloqui.

CALENDARIO DELL'IMMATRICOLAZIONE

PUBBLICAZIONE GRADUATORIA E APERTURA IMMATRICOLAZIONE: 30/10/2025 alle ore 12

CHIUSURA IMMATRICOLAZIONE: 07/11/2025 alle ore 12

Per info amministrative tecniche e operative: master.formazionepermanente@unipr.it

NOTE: qualora dovessero concretizzarsi finanziamenti per borse di studio a copertura parziale del contributo di iscrizione ne verrà data immediata pubblicazione.